

## **СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Ускорение процессов информирования общества, появление новых способов подачи материала и принципиально иных возможностей взаимодействия с аудиторией значительно изменили медиаландшафт российских регионов. Усилившиеся в последние годы факторы экономической зависимости региональных СМИ от власти и крупного бизнеса, активизации в информационном пространстве субъектов пиар-деятельности, снижения популярности традиционных массмедиа на фоне возросшего влияния интернет-ресурсов и социальных медиа, а также формирования новой культуры медиапотребления напрямую отразились на журналистике. В рамках данной статьи мы, вслед за Д. МакКуэйлом, будем определять журналистику как основную творческую деятельность, которая формирует прессу [2, с. 9–10] и является результатом профессиональной работы сотрудников редакций.

Журналистика в российских регионах становится сегодня все чаще инструментом воздействия на аудиторию с целью решения определенных информационных и идеологических задач. Сущность же журналистики как социально значимой профессии постепенно нивелируется. Анализ деятельности редакций различных средств массовой информации Тюменской области, а также СМИ Ямало-Ненецкого и Ханты-Мансийского автономных округов позволяет нам обозначить несколько тенденций, характерных для региональной журналистики.

*Несамостоятельность в определении информационной политики* редакции как следствие экономической зависимости СМИ от власти и крупного бизнеса является сегодня, пожалуй, главной особенностью региональной журналистики. Это выражается не только в игнорировании журналистами и редакторами острых проблемных ситуаций с участием субъектов власти или бизнеса, связанных экономическими отношениями с редакцией, но и в утрате базовых журналистских навыков проверки информации, поступающей от этих субъектов, и рассмотрения различных точек зрения на анализируемую тему. В результате у многих журналистов проявляется самоцензура, которую И. М. Дзялошинский определяет как сознательное и добровольно принимаемое журналистом решение не интересоваться какими-либо фактами, а в случае, если они станут ему известны, не публиковать их [1, с. 285].

*Снижение общего профессионального уровня редакций и утрата журналистами представлений об этических нормах* – тенденция, появившаяся в результате экономической и политической зависимости СМИ. Журналисты, получая ежедневно значительный массив официальных сообщений органов власти и пресс-релизов коммерческих структур и общественных организаций, практически перестали создавать свои собственные, авторские тексты. Они ограничиваются добавлением к пресс-релизу нескольких комментариев экспертов, полученных по телефону. Журналисты перестают сегодня быть самостоятельными и в выборе тем и героев своих репортажей – зачастую редактор готовит подробное задание для каждого корреспондента, опираясь, в свою очередь, на медиаплан, поступивший от региональной власти или бизнес-структуры, являющейся учредителем издания. Более того, редакция может пройти мимо события (даже если его участникам нужна помощь журналистов) в случае, если «сверху» поступила рекомендация не сообщать об этом читателям. Таким образом, региональные СМИ зачастую транслируют информацию, которая не нужна и не интересна обществу, поскольку не соответствует критериям массовой и социально значимой информации, к которым Д. Л. Стровский относит актуальность, необычность, персонифицированность и конфликтность в рамках описываемого факта [3, с.173]. Игнорирование же редакциями событий, имеющих общественный резонанс, полностью нарушает этические принципы журналистики как профессии, служащей и подконтрольной обществу.

Такое положение дел сформировало еще одну тенденцию, характерную для региональной журналистики – *значительное сужение жанрового разнообразия в создании материалов*. Журналистские расследования, очерки, фельетоны, зарисовки и другие публицистические и аналитические жанры в региональных массмедиа стали весьма архаичным явлением. Львиную долю газетного пространства, лент новостей интернет-изданий, теле- и радиоэфиров занимают сегодня информационные сообщения, развернутые информации и корреспонденции, созданные на основе официальных сообщений, или репортажи с места события, с участием официальных лиц или представителей крупного бизнеса. Разумеется, интервью с представителями культуры, образования и общественными деятелями, равно как рецензии и авторские колонки, присутствуют в общем содержании изданий, однако доминирующего влияния на информационное пространство в целом они не оказывают.

Некоторое разнообразие в линейку журналистских жанров вносит активное *использование редакциями технологий мультимедий-*

ности и конвергентности. Сегодня региональные СМИ (преимущественно интернет-СМИ) облачают популярный и читаемый контент (путевые заметки, авторские колонки, хронику исторических событий и т. д.) в яркие мультимедийные истории с выразительными иллюстрациями, интерактивными картами и схемами, обилием фото- и видеовставок. Для редакций создание такого рода материалов – это попытка удержать аудиторию (которая стремительно теряет интерес к региональным СМИ), отражая ее запрос на универсальный конвергентный медиапродукт, который можно получить с одного носителя.

И, наконец, мы обозначим тенденцию *отсутствия в регионах внятной информационной политики*, которая в условиях экономических и политических изменений, происходящих в стране, позволила бы перенести возросший уровень дискуссионности общества в журналистские материалы, а значит, в более цивилизованное русло. Эта политика понимается сегодня властью исключительно как набор технологий воздействия на общество с целью решения определенных идеологических задач, журналистика же, как профессия, в этих условиях деформируется, становясь безликим инструментом информационной деятельности. Мы полагаем, что возрождению социальной миссии журналистики может послужить пересмотр приоритетов в реализации информационной политики, которая должна стать комплексом совместных усилий власти, общества и СМИ, направленных на создание условий для формирования на базе журналистских материалов открытого обсуждения действий власти и политических событий. В этом случае СМИ смогут вернуть доверие аудитории, а журналистика вновь станет значимой профессией, служащей в первую очередь интересам общества.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялошинский И. М. Нужен ли россиянам прямой доступ к информации? // Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики. В 2 т. Т. 2. / Союз журналистов РФ. Москва, 1998.
2. МакКуэйл Д. Журналистика и общество / ф-тет журналистики МГУ. Москва, 2013.
3. Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика : сб. ст. и материалов / под ред. Д. Л. Стровского. Екатеринбург, 2003.